Rok II Warszawa, dnia 21 maja 1939 r. Nr. 21(6)

BIULETYN GOSPODARCZY

ŚWIATOWEGO ZWIĄZKU POLAKÓW Z ZAGRANICY

Redakcja i administracja: Warszawa, ul. Mazowiecka 1. Tel 666-04 i 666-07. Konto PKO. 13414

HANDEL I PRZEMYSŁ

Polacy na obczyźnie — zwarci, czujni i ofiarni

Dziś niema już żadnej wątpliwości, że 8½ milionowe Wychodźtwo polskie, ten zagraniczny odłam Narodu Polskiego — oto część wielkiej siły, jaką Polska rzucić potrafi na szalę wydarzeń w obronie swych słusznych praw. Z uczuciem więc dumy i serdecznej radości wita Naród Polski z godziny na godzinę mnożące się dowody patriotyzmu i jedności narodowej całej Polonii Zagranicznej.

Jednoczący wszystkich Rodaków naszych na obczyźnie, Światowy Związek Polaków z Zagranicy, z uczuciem głębokiego uznania notuje spontaniczną akcję całej Polonii Zagranicznej, zmierzającą w kierunku wzmocnienia ofiarą mienia i krwi siły orężnej Państwa Polskiego.

W obliczu historycznych wydarzeń natury politycznej, jakie koncentrują się wokół Polski, w obronie całości granic R. P., ruszyły się osady, większe i mniejsze skupiska, kolonie, samorzutnie gromadząc fundusze na dozbrojenie armii polskiej.

W wyścigu wysiłków, w szlachetnej rywalizacji o palmę pierwszeństwa spieszą Rodacy nasi w karnym szeregu, zwarci, ofiarni, niosąc daninę na rzecz F. O. N.

Wprost wzruszająca jest do głębi serca ta polska akcja na obczyźnie dla swej dalekiej Macierzy.

W tym szlachetnym porywie serc i ofiarności Polonii Zagranicznej prym wiedzie największy jej odłam — Polonia Amerykańska. Mijają dni, tygodnie, miesiące wytężonej pracy Rodaków naszych w Stanach Zjednoczonych, a przecież nie słabnie tempo inicjatywy i wysiłków podjętych dla dobra swej Ojczyzny.

Nie milkną hasła wzywające do ofiarności, a głoszące o obowiązku Polaka wobec Macierzy, mnożą się zebrania organizacji polskich, zgromadzenia i wiece, stawiając sobie za cel jedno: scalenie darów całej Polonii amerykańskiej na rzecz F. O. N.

„Uderzmy w czynu stal",
„Stańcie do szeregu i dla Polski pracujcie".
„Polska spodziewa się Twej pomocy".
„Coś zrobił dla Ojczyzny"?

Oto hasła, jakie rozbrzmiewają stale na zgromadzeniach i wiecach organizowanych przez Polaków w Ameryce.

W szeregu wszystkich warstw społeczeństwa polskiego w Stanach Zjednoczonych, duchowieństwo na swoim odcinku pracy ujmuje ster akcji zbiórkowej na obronę kraju.

Oto za aprobatą J. E. ks. Biskupa Duffy w wyznaczone dni przeprowadzana bywa na mszach św. w kościołach polskich zbiórka na F. O. N.

Płomienne odezwy wszystkich nieomal organizacyj polskich, w których przejawia się głęboka troska o każdą piędź ziemi Ojczystej, trafiają do najdalszych środowisk Ameryki, gdzie tylko bije serce polskie, z gorącym apelem:

„Złóż dar na F. O. N. w obronie całości granic i honoru Polski".

Przykładów podobnych wiele, to też rośnie Fundusz Obrony Narodowej, pieczołowicie i niestrudzenie zbierany przez Polonię amerykańską.

Emigracja polska w Belgii rozwija w dalszym ciągu wytężoną akcję na dozbrojenie armii polskiej. Istniejące na tym terenie 128 komórek organizacyjnych, w poczuciu obowiązku narodowego, łączą się w wspólnym wysiłku, aby jak największą złożyć daninę na F. O. N.

W pełnym entuzjazmu porywie całej Emigracji Polskiej w Belgii nie brak dziatwy szkolnej, która w porywie gorących serduszek daje swój grosik, otrzymany na łakocie, wyzbywając się przyjemności dla dobra Ojczyzny.

W szeregu pism, nadchodzących codziennie do Światowego Związku Polaków z Zagr., otrzymujemy z Belgii deklarację obrony granic R. P., skierowaną do p. Marszałka Polski, E. Śmigłego-Rydza. Oto jej treść:

„Panie Marszałku!

My, Polacy z Farciennes z Belgii z okręgu Charleroi, zebrani na uroczystość 3 maja w momencie, kiedy zachłanny germanizm uderza w całość granic

Najjaśniejszej Rzeczypospolitej Polskiej, oświadczamy, że solidaryzujemy się ze stanowiskiem całego Narodu Polskiego i stajemy Wodzu do Twej dyspozycji. Racz przyjąć jednocześnie Marszałku nasze zapewnienie, że przy polskości tu twardo stać będziemy, a gdy Twój żołnierski rozkaz wezwie nas do czynu, staniemy jak jeden mąż ramię przy ramieniu, by bronić największego naszego skarbu, jakim dla nas Polaków jest Polska, nasza Ojczyzna.

Niech żyje Polska armia!

Niech żyje polski Gdańsk".

Zarząd Opieki Rodzicielskiej Farciennes.

Oto dowód, jak drogie są Emigracji losy Państwa i Narodu Polskiego.

W całokształcie prac podejmowanych przez Emigrację polską we Francji w kierunku wzmożenia F. O. N., biorą udział wszystkie miejscowe organizacje polskie i komitety.

Światowy Związek Polaków z Zagranicy otrzymał depeszę z zapewnieniami niestrudzonej pracy dla dobra Ojczyzny. Treść wspomnianej depeszy przedstawia się jak następuje:

„Światowy Związek Polaków

Warszawa

Legioniści i Peowiacy we Francji zebrani na swym walnym zjeździe zapewniają Ś. Z. P. z Z., że zwarci, silni i gotowi, czekamy na zew Polski dla obrony całości Jej granic. Równocześnie zapewniamy Ś. Z. P. z Z., że tak, jak dawniej, tak i teraz będziemy pracowali dla dobra Polski, skupiając wszystkich Polaków w organizacjach polskich pod przewodnictwem Związku Polaków we Francji.

Prezydjum Zjazdu".

Organizacyjnie zwarta, czujna i gotowa cała Polonia Zagraniczna stoi murem przy Macierzy w obronie Jej niepodległości.

Polska Izba Handlowa w Buffalo została zorganizowana

Dla wspólnego dobra, wszyscy Polacy kupcy i przemysłowcy powinni należeć do tej Nowej Organizacji.

Lata ciężkiej pracy, borykanie się z wszelkimi przeciwnościami, przekonały naszych polskich kupców i przemysłowców, że jedynie wspólnymi siłami, łącznością i wspólną zgodą mogą dojść do celu, mogą zająć należne im miejsce w tutejszym społeczeństwie. Jakkolwiek, mamy wielu dobrze prosperujących naszych polskich kupców i przemysłowców, jednak na ogół biorąc stosunkowo, do liczby mieszkańców polskiego pochodzenia, licząc siłę pokupu naszej grupy narodowościowej, przemysł i handel polski, nie zdołał jeszcze dojść do tego poziomu, na jakim naprawdę znajdować się powinien.

Zrozumiano wreszcie, że przeszkodą w tym wszystkim był brak solidarności, łączności i wspólnego zrozumienia interesów. To właśnie zrozumienie nakłoniło do stworzenia silnej jednolitej organizacji polskich kupców i przemysłowców, której nadano nazwę „Polska Izba Handlowa w Buffalo". Nie jest to organizacja tymczasowa, stworzona tylko w następstwie jakiegoś uniesienia, czy słomianego płomienia, lecz jest to organizacja, powstała na silnych stałych podstawach, rozumnie zdążająca do celu polepszenia sobie bytu i lepszego obsłużenia swych rodaków.

Do organizacji tej należeć winni wszyscy polscy kupcy i przemysłowcy, jeżeli naprawdę pragną, żeby ich przedsiebiorstwo nie tylko prosperowało, lecz się rozwijało, rosło i przynosiło korzyści dla społeczeństwa. W pojedynkę można wegetować, lecz chcąc wybijać się na wyższe poziomy, trzeba się łączyć i pracować wspólnie. Do tej nowej organizacji, mogą należeć polscy kupcy i przemysłowcy i wszyscy pracownicy polskich firm.

Zorganizowane kupiectwo polskie w Buffalo, N. Y., które od dłuższego czasu z nadzwyczajnym wprost wysiłkiem zdąża do zainteresowania Polonii losem handlu polskiego, postanowiło otwarcie i szczerze wystąpić z apelem do naszych organizacyj polskich, by obudzić w nich sumienie narodowe, przypomnieć im udział kupiectwa w budowie tych wielkich instytucyj, jakie są dziś chlubą naszą, przedstawić im przed oczyma jasno i dobitnie ile to kupiectwo polskie położyło zasług w pracy społecznej i narodowej.

Bo chyba każdy szczerze myślący Polak i Polka przyznać muszą, że kupiectwo polskie ponosiło i ponosi stale olbrzymie ofiary, jeśli idzie o finansową daninę na różne cele narodowe, tak w przeszłości jak i obecnie. Nie szczędziło to kupiectwo grosza, gdy z mroków niewoli budziła się do życia Polska lub w zagrożonym była położeniu, dźwigało ochotnie wszelkie włożone na nie obowiązki i składało hojnie daniny w początkach jej istnienia, jak też w dążeniu do Jej mocarstwowego rozwoju. A jeśli weźmie się pod uwagę fakt udziału kupiectwa polskiego w budowie naszego dorobku narodowego na ziemi przybranej ojczyzny, to przyznać musimy, że kupiectwo to spełniło dobrze swoją rolę i wykazało czynem jak pracować należy dla ogólnego dobra.

Nie rości sobie to kupiectwo pretensji do zasz-

czytów i honorów; nie dlatego przypomina o swej pracy dla Polonii, aby spodziewać się jakiegoś wynagrodzenia, ale czyni to w tym celu, aby teraz, kiedy handel i przemysł polski w Ameryce znalazł się w ciężkiej sytuacji, kiedy żywioły obce wytężają siły, aby gnieść drobny polski handel i zniszczyć dorobek nasz z takim trudem gromadzony przez lata całe, ma poniekąd prawo żądać od swoich pomocy i poparcia, aby się utrzymać mogło na widowni, aby Polonia ta nie pozwoliła upaść składom polskim, jakie się dzisiaj jeszcze zostały.

Statystyka wykazuje nam, że około 800 milionów dolarów polskich pieniędzy zabiera rocznie handel obcy w Stanach Zjednoczonych. Gdyby choć połowa tej sumy zostawiana była przez Polonię amerykańską w składach polskich, ileby to pięknych rzeczy można dokonać dla ogółu wychodźtwa. Kupiectwo polskie byłoby w możności jeszcze wydatniej jak dotąd popierać wszelkie cele narodowe i społeczne, a także organizacyjne.

Upadek polskiego handlu w Ameryce, to poważna strata dla Polonii, to zanik polskości na gruncie Amerykańskim, to ruina moralna i materialna wysiłków społecznych i narodowych, to upadek naszych organizacyj, bo przyznać musimy, że kupiectwo polskie było dotąd silnym łącznikiem i niezmordowanym propagatorem idei organizacyjnej.

Niech każda organizacja polska na wychodźtwie, każda gmina, czy grupa, każda osoba, każdy większy czy mniejszy zespół polski weźmie sobie głęboko do serca sprawę popierania polskiego handlu i przemysłu i niech szczerze i rozumnie rozpocznie wśród swoich szerzenie hasła — „Swój do Swego" a odeprzemy skutecznie ataki na dorobek polski, staniemy się znowu silni, zabezpieczymy przyszłość dla przyszłych pokoleń. *(Dziennik dla wszystkich — Buffalo.)*

Nowoczesny sklep detaliczny

W Warszawie zastała otwarta w reprezentacyjnej sali nowego gmachu Izby Przemysłowo-Handlowej wystawa p. t. Nowoczesny sklep detaliczny. — Architektura wnętrza.

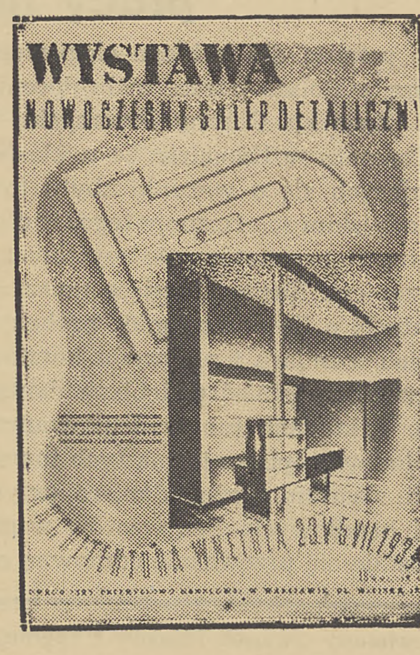
Organizacja wystawy wychodzi ze słusznego założenia, iż podniesienie poziomu handlu detalicznego w wysokim stopniu uzależnione jest od racjonalnego i estetycznego urządzenia wnętrza samego sklepu w sposób odpowiadający nowoczesnym wymaganiom i potrzebom obrotu, a jednocześnie względom higieny i estetyki. W związku z tym wystawa przedstawia projekty urządzeń nowoczesnych, odpowiadających wymaganiom estetyki, a zarazem celowych, praktycznych i niekosztownych. Ponad to zapoznaje ona kupiectwo z dorobkiem instytucyj i organizacyj, pracujących dla niego w zakresie szkolnictwa, bankowości, ubezpieczenia, reklamy etc.

Wystawa dzieli się na cztery zasadnicze działy: a.) wzorowych sklepów, b.) wzorowych okien wystawowych, c.) gospodarczo-dydaktyczny, d.) stoisk wytwórców.

Dział wzorowych sklepów obejmuje kilkanaście objektów wystawowych przedstawiających wnętrza małych i średnich sklepów detalicznych wraz z odpowiednimi sprzętami, urządzeniami pomocniczymi, środkami reklamy, a nawet towarami i obsługą. Objekty wystawowe zostały zaprojektowane przez inżynierów - architektów po przedyskutowaniu najdrobniejszych szczegółów rozplanowania wnętrza z fachowcami handlowymi.

Już na pierwszy rzut oka uderza w nich skojarzenie pięknego zewnętrznego wyglądu urządzeń z ich wysoką praktycznością. Ilustracją praktycznego rozmieszczenia jest np. rozmieszczenie szaf w sklepie z galanterią metalową. Szafy są zaprojektowane w wysokości 2.20 cm. t. j. dogodne do sięgnięcia ręką dla człowieka stojącego na podłodze. przestrzeń pomiędzy podłogą a szafami do 80 cm. wykorzystano na ustawienie większych przedmiotów, gdyż uważane jest ono jako niecelowe miejsce na urządzenie półek i szuflad, a ponadto niewygodne dla obsługującego ze względu na ciągłą konieczność schylania się.

W sklepie spożywczym zwraca uwagę, że ze względu na szeroki zakres drobnych towarów, niezbędne miejsce składowe i wystawowe zostało uzyskane przez zastosowanie szaf otwartych, posiadających wiele szuflad, koniecznych dla pewnych tylko artykułów. Stoły sprzedażne przystosowane są do wykładania towarów, jako miejsca wystawowe. Stoły opierają się na nóżkach metalowych i nie są obudowane od dołu, celem ułatwienia niezbędnej czystości sklepu.



W sklepie papierniczym jest wystawiona pomysłowa lada sklepowa posiadająca górną i dolną gablotkę podświetloną dla demonstrowania drobnej galanterji piśmiennej. Płyta lady jest pokryta białą matową gumą w celu zapobieżenia ślizgania się papieru po gładkiej powierzchni drzewa. W sklepie znajduje się jeszcze biurko z lampką świetlną dla wygody klienta, chcącego w sklepie napisać list oraz szafka z oświetloną gablotą i szufladą odchyloną do przechowywania tektur oraz papierów o większych formatach 70×100 cm.

Naczelną zasadą jaką kierowano się przy urządzaniu wnętrz sklepów było aby klient wchodzący z zamiarem kupienia jednego artykułu nabywał ich znacznie więcej, zachęcony widokiem wystawionych artykułów. Stąd wynikają w urządzeniu: szafy płytkie i w granicach możliwości otwarte lub oszklone, lady od góry i od strony klienta oszklone, duża część artykułóww gablotach. W sklepie przeważnie przechowywane są tylko zapasy niezbędne dla dziennego obrotu. Dla udogodnienia sprzedaży szafy są niewysokie i łatwo dostępne. Jeszcze jednym z ważnych warunków racjonalnego rozplanowania wnętrza sklepu jest prawidłowe umieszczenie kasy tak, aby cały sklep był w polu widzenia kasjera w zasadzie pełniącego często funkcję kierownictwa i kontroli sklepu.

Dział wzorowych okien wystawowych obejmuje 19 okien różnych branż handlowych, wskazuje jak z okna wystawowego, będącego najważniejszym środkiem reklamowym kupca detalisty można zrobić prawdziwe cacko, zwracające powszechną uwagę przechodniów. Mamy tutaj przedstawioną wystawę masową, gdzie dużą ilością towaru chcemy oddziaływać na kupujących i wywołać przeświadczenie o bogatym sortymencie sklepu. Umieszczone liczne ceny ułatwiają orientację i pozwalają oglądającemu wybrać towar odpowiadający jego możliwościom finansowym. Przy takich rodzajach wystaw należy uważać, aby z powodu dużej ilości towaru nie powstał chaos. Unika go się w ten sposób, że układa się towar grupami, albo też układa się według stopni tworząc pewnego rodzaju schody. Towary układa się w szeregi, następny szereg jest wyżej położony, dalszy jeszcze wyżej — wystawa przypomina terasę.

Drugim rodzajem wystaw są wystawy fantazyjne gdzie są pokazane tylko nieliczne gatunki towaru na odpowiednim tle. Dekoracja w takim wypadku jest wybitnie fantazyjna. Jako tło mogą służyć kwiaty, wazy, meble, kolumny, portiery i firanki. Dobór tła musi być odpowiedni, dostosowany do towaru, np., buciki wpadają w oko na tle ciężkiej draperii, suknie w zależności od ich przeznaczenia na tle dekoracji, przedstawiającej bądź salę balową, bądź park na wiosnę, meble na tle dywanów i t. p. Przy tego rodzaju wystawach należy uważać aby tło i dekoracje nie zaciemniały samego towaru. Bardzo ważnym czynnikiem przy urządzaniu wystaw jest rozwiązanie racjonalnego oświetlenia tak by światło padało na towary, a nie bezużytecznie rozpraszało się na ulicę. Największe zastosowanie do oświetlenia wystawy mają ukryte źródła światła oraz reflektory.

Wystawa — „Nowoczesny sklep detaliczny“, „Architektura wnętrza“ poza swoim specjalnym znaczeniem dla handlowców ma poważne znaczenie i dla szerokiej publiczności. Uprzytomnia ona jej, że przecież cały wysiłek, jaki sfery gospodarcze kładą na zracjonalizowanie i usprawnienie obrotu detalicznego ma na celu przede wszystkim udogodnienie dla konsumenta, a więc właśnie dla tej zwykłej publiczności.

Tadeusz Kanigowski.

Polski eksporter winien zrozumieć najnowsze metody pracy na polu wywozowym

Wielką pomocą dla każdego eksportera jest reklama, którą w Polsce jeszcze mało docenia się. Korespondent Związku Obrony Przemysłu Polskiego donosi z Torronto w Kanadzie, że wiele firm z Polski dopytujących się o warunki zbytu towarów na rynku kanadyjskim nie rozumie tego, iż dla osiągnięcia korzystnych rezultatów nie wystarcza przesłać list z zapytaniem. Firmy kupujące muszą towar widzieć i dlatego, o ile przesyłanie próbek z powodu wielkiego ich rozmiaru i z powodu kosztów nie jest możliwe, powinna istnieć podobizna danego towaru w luźnych arkuszach lub w drukowanych katalogach z dokładnym opisem i ceną tych towarów.

Z tymi wzorami można dopiero przystąpić do pertaktacji handlowych. Bez wzorów względnie katalogów dostaje się przeważnie odmowną odpowiedź, ponieważ importer zagraniczny nie ma wyobrażenia o jakości danego towaru mimo dostępnej ceny, a zresztą jest on zarzucony towarami z innych krajów.

Ważnym też punktem reklamy jest opakowanie. Opakowanie artykułów mniejszych jak kosmetycznych i toaletowych, zabawek, artykułów metalowych, prac ręcznych i t. p. odgrywa wielką rolę. Osoby, które zwiedziły Amerykę Północną i Kanadę, miały sposobność zauważyć uderzającą różnicę w porównaniu z opakowaniem spotykanym w Polsce. Zdaje się nieraz, iż tam płaci się nie za towar, ale za opakowanie, które jest w swoim rodzaju dziełem artyzmu przemysłowego. Wobec powyższego zaznaczyć należy, iż towar mimo najlepszej jakości skutkiem ubogiego opakowania traci na wartości i nie zapewni sobie powodzenia w zbycie.

Wydawca: Światowy Związek Polaków z Zagranicy: Inż. J. Grabowski   Redaktor Wydawnictw Ś. Z. P. z Z.: Wł. Oszelda

Druk. „WIEK NOWY” Warszawa, ul. Nowe Miasto 1, tel. 11-33-05.